

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENGUNA JASA STUDIO REKAMAN "X"
DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



Handwritten:
LX
B. H. B. B. B.
1998



Diajukan oleh :

DENDY GUSTINANDAR

049214149

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

1998

SKRIPSI
ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENGGUNA JASA STUDIO REKAMAN “X” DI SURABAYA

Diajukan oleh :
Dendi Gustinandar
No. Pokok : 049214149

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

DOSEN PEMBIMBING,



Dra Ec. Hj. Zainimar Naro

Tanggal . 25 Mei . 1998

KETUA JURUSAN,



DR. Amiruddin Umar, S.E.

Tanggal

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis kepada 100 responden serta melakukan analisa data terhadap hasil jawaban para responden, maka kesimpulan-kesimpulan yang dapat penulis ambil :

- 1) Karakteristik-karakteristik konsumen pada Studio Rekaman "X" adalah sbb :
 - a. Tingkat usia yang terbesar adalah kelompok usia 20-30 tahun.
 - b. Tingkat pendidikan konsumennya sebagian besar adalah SLTA.
 - c. Jenis pekerjaan konsumennya sebagian besar adalah pelajar/mahasiswa.
 - d. Tingkat pendapatan/uang saku perbulan dari konsumen sebagian besar dibawah Rp. 250.000,00.
- 2) Alasan konsumen menggunakan jasa studio rekaman sebagian besar untuk ditawarkan pada produser yang mungkin berminat dan biaya yang dikeluarkan untuk proses ini sebagian besar ditanggung bersama grup masing-masing.
- 3) Berdasarkan skala prioritas ternyata atribut-atribut dari harapan konsumen yang paling diinginkan konsumen adalah sbb: biaya sewa yang memadai, alat rekaman, operator yang handal, alat musik yang standar, dan ketepatan waktu .Kelima atribut itu merupakan atribut yang sangat diinginkan konsumen selai atribut berikut ini: keamanan , perhatian, keramahan, kemudahan dihubungi dan kenyamanan.

- 4) Berdasarkan Uji Jenjang Bertanda Wilcoxon dapat disimpulkan bahwa Hoyaitu tingkat harapan yang telah sesuai dengan persepsi konsumen ternyata dapat diterima hanya pada satu atribut yaitu kemudahan dihubungi diman $Z_{hitung} = 1,1441 < Z_{tabel} = 1,65$. Pada kesembilan atribut lainnya terjadi penolakan H_0 dimana berarti harapan konsumen terhadap atribut-atribut alat musik, alat rekaman, operator, ketepatan waktu, kenyamanan, perhatian, keamanan, biaya sewa dan keramahan belum terpenuhi atau masih diatas tingkat persepsinya dan berarti terjadi penerimaan H_1 karena hasil-hasilnya berada di daerah penolakan H_0 .

4.2. Saran

Dengan memperhatikan hasil dari analisa yang dilakukan dengan membandingkan setiap atribut dari variabel harapan konsumen dan persepsi konsumen maka sara-saran dari penulis pada pihak perusahaan dengan pertimbangan-pertimbangan seperti sumber daya yang dimiliki pihak perusahaan, perilaku konsumen dan pasar sasaran adalah sbb:

- 1) Pihak perusahaan perlu mengantisipasi tuntutan konsumen yang semakin meningkat dan beragam atas kualitas jasa rekaman. Ini disebabkan karena tingkat kemakmuran masyarakat yang semakin berkembang dan semakin kritisnya masyarakat dalam memilih suatu karya seni khususnya musik yang sesuai dengan harapan mereka. Jika kepuasan konsumen berkembang sesuai dengan tingkat kemakmuran masyarakat maka pihak Studio Rekaman "X" harus berbenah untuk memperbaiki mutu pelayanannya guna memberi kepuasan pada pihak konsumen agar tidak ditinggalkan.